

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah, S. (2017). Pengaruh Atmosfer Toko, Display Toko Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Samu Pace (Skripsi). Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI. Kediri.
- Anggraeni, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Baegopa? Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*. 5. 105-108.
- Arsita, E.E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Surabaya (Artikel Ilmiah). STIE Perbanas. Surabaya.
- Barker, et al . (2002). *Reserch Methods In Clinical Psychology*. John Wiley & Sons Ltd. England.
- Belch, G.E. and Michael A. Belch (2003). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective* (Internasional Edition). New York: McGraw Hill.
- Dapur Print. (2017). Mengenal Kualitas Kaos Distro dan Kaos Biasa. Diakses 18 Desember 2020, dari <https://www.dapurprint.co.id/mengenal-kualitas-kaos-distro-dan-kaos-biasa/>
- Deisy, et al. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai-Gerei Seluler Bi IT Center Manado. *Jurnal EMBA*. 6. 2288-2297.
- Fatmawati, N dan Euis Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor

- Matic Honda. Diakses dari Universitas Airlangga, Situs Web Perpustakaan <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/5134>.
- Febriani, Nufian dan Dewi, Wayan. (2019). *Keputusan Konsumen Di Era Digital*. Malang: UB Press.
- Gani, I dan Siti Amalisa. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Hariwijaya, M. (2017). *Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis, Desertasi*. Yogyakarta: Elmatara Publising.
- Ilyas, M.A. dan M Hufon. (2017). Pengaruh Atmosfer Toko, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Tlogomas. Diakses dari Universitas Islam Malang. Situs Web Perpustakaan <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/543>.
- Jaya, H.S. dan Gede Suparna (2018). Pengaruh Atmosfer Toko, Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*. Vol. 7. 2887-2912.
- Kartajaya, H. (2000). *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P and Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management (Edisi 12)*. Upper Saddle River: Pearson Educatrion, Inc.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 21)*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., Keller, K.L. and Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United. States of America: Pearson.
- Kotler, P., Keller, K.L. dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Ma'ruf, Hendri. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pakpahan, E.S.B. (2017). Pengaruh kredibilitas celebrity endoser terhadap keputusan pembelian dan keputusan konsumen you-c 1000 vitamin c di Kota Pekanbaru. *JOMFekom*. 4. 721-734.
- Peter, J.P. dan Jerry C. Olson. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (Edisi 9)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rishki et al. 2018. Pengaruh kredibilitas endorser terhadap minat beli dengan tiga tipe konsumen pada industry busana muslimah. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 8. 579-596.
- Royan, F.M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L.G., and Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sebayang, S.S. (2008). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek yamaha mio pada mio otomatis club (mac) medan. *Jurnal Manajemen Bisnis USU*. 1. 117-125.

- Setiawan, S.R. (2016). *Atmosfer toko, emosi konsumen dan perilaku pembelian pada toko roti (Skripsi)*. Fakultas Ekonomi. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
- Shimp, T.A. (2013). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Siyoto, S. dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sonwalkar, J., Manohar, K., and Anuradha Pathak. (2011). Celebrity impact- a model of celebrity endorsement. *Journal of Marketing and Communication*. 7. 34-40.
- Suharno. (2010). *Marketing in Practice (Edisi 1)*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swastha, B. dan Hani Handoko (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Tjiptono, F. (2008). *Manajemen Jasa (Edisi 2)*. Yogyakarta: Andi.

- Tjondrokoesoemo, M. (2017). Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Perfoma: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*. 2. 288-295.
- Umar, H. (2002). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Utami, C.W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, S. (2016). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian (Skripsi). Fakultas Ekonomi. Universitas Diponogoro. Semarang.
- Yanuar, S.D. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Desain Produk Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Merek Bloods Industries Bandung (Skripsi). Fakultas Ekonomi. Universitas Pasundan. Bandung.
- Yistiani, N.N.M., Yasa, N.N.K., dan Ketut Gede Suasana. (2012). Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif di Denpasar. *Jurnal Management, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. 6. 139-149.
- Yuliati, U. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Jajan Tradisional Di Kota Malang. Edisi April 2011. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 1. 7-20.